

0- 786851

На правах рукописи

Хатмуллина Римма Салаватовна

**АЛЛОФРОНИЯ В РУССКОМ
И АНГЛИЙСКОМ ДИСКУРСЕ
ОТРАСЛЕВОГО ЖУРНАЛА
(ПЕРИОДИКА НЕФТЕГАЗОВОЙ СФЕРЫ)**

**10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и
сопоставительное языкознание**

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук**



Уфа-2011

1088000

Работа выполнена на кафедре общего языкознания
Государственного образовательного учреждения высшего
профессионального образования «Башкирский государственный
педагогический университет им. М. Акмуллы»

Научный руководитель: доктор филологических наук
профессор Ганеев Булат Талгатович

Официальные оппоненты: доктор филологических наук
профессор Яковлева Евгения Андреевна

доктор филологических наук
профессор Нухов Салават Жавдатович

Ведущая организация: Башкирский государственный
медицинский университет

Защита состоится 11.03 2011 г. в 13 часов на заседании диссертационного
совета Д 212.013.02 в Башкирском государственном университете по адресу:
450074, г. Уфа, ул. Заки Валиди, д. 32, ауд.423.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Башкирского
государственного университета по адресу: 450074, г. Уфа, ул. Заки Валиди,
д. 32.

Автореферат разослан « 04 » апреля 2011 г.

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000583324

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор филологических наук
профессор

В.Л. Ибрагимова

Общая характеристика работы

Диссертация посвящена изучению особенностей аллофронии в русском и английском журнальном дискурсе нефтегазовой сферы.

Феномен аллофронии в журнальном дискурсе нефтегазовой сферы до настоящего времени не подвергался комплексному изучению. Выбор темы обусловлен тем, что аллофрония как объект исследования оказалась столь многогранной, что ее исследование, безусловно, представляет большой интерес, а изучение сущностных характеристик отдельных ее видов едва ли можно считать законченным.

Актуальность темы определяется необходимостью дальнейшего изучения аллофронии – явления, охватывающего все стороны языка в научно-техническом тексте и в языке рекламы, которые в настоящее время представляют собой большой пласт, участвующий в формировании информационной среды современного человека.

Возрастающий интерес к языку и профессиональному дискурсу нефтегазовой сферы обусловлен тем, что нефтегазовая промышленность занимает ведущее место в экономике современной России. Кроме того, основная цель лингвистики – представить цельную языковую картину мира, включая и ее профессиональную составляющую.

В работе выдвигается **гипотеза**, что случаи аллофронии – это распространенное явление в текстах журнального дискурса нефтегазовой сферы, проявляющееся на разных его уровнях.

В качестве **объекта исследования** выступают лексические и грамматические единицы текстов англоязычных и русскоязычных отраслевых журналов нефтегазовой сферы.

Предметом исследования является сопоставительное изучение русских и английских аллофронных элементов, в частности, таких, как метафора, метонимия, парадокс, антитеза, ирония, оксюморон, гипербола, сравнение, игра слов, градация, сравнение, эвфемизм, аллюзия, риторический вопрос, прецедентный текст, поговорки и др.

Материал исследования представлен текстами всех жанров, репрезентированных в журнальном дискурсе, из которых извлекались соответствующие аллофронные единицы с целью комплексного их исследования. Были использованы такие издания, как «Нефть и капитал», «Нефтегазовая вертикаль», «Нефть и газ Евразия», «Нефтегазовые технологии», «Нефтяной сервис», «Oil & Gas Eurasia», «World Oil», «Oil and Gas journal», «In-depth Baker Hughes», «Exploration and Production» и материалы электронных СМИ с 2005 по 2010 годы. Было проанализировано более 900 аллофронных элементов.

Цель данной работы – исследовать и сопоставить проявления аллофронии в текстах журнального дискурса нефтегазовой сферы в русском и английском языках.

В ходе достижения поставленной цели настоящего исследования решались следующие задачи:

- определение теоретической базы исследования путем изучения проблем функционирования языковых и речевых противоречий;
- выявление компонентов и жанров дискурса, относящихся собственно к журнальному дискурсу нефтегазовой промышленности;
- выявление, анализ и классификация аллофронных элементов, существующих в журнальном дискурсе нефтегазовой промышленности в современных русском и английском языках;
- сопоставление английских и русских аллофронных элементов, выявленных в ходе исследования.

Научная новизна работы обусловлена ее целями и задачами. Впервые на материале журнального дискурса нефтегазовой сферы проводится комплексное сравнение аллофронных особенностей данного дискурса на основе русских и английских текстов.

Теоретико-методологической базой проведенного исследования послужили труды отечественных и зарубежных лингвистов и логиков в области исследования противоречий и алогизмов в языке (Г. Пауль, Ф. де Соссюр, Ш. Балли, Э. Бенвенист, Дж. Лакофф, М. Джонсон, Н. Д. Арутюнова, Б. Т. Ганеев, Б. А. Серебренников); работы, посвященные изучению дискурса (В. И. Карасик, А. А. Кибрик, М. Л. Макаров, Т. А. ван Дейк, Г. Кук) и сопоставительному анализу (Ю. Д. Апресян, В. Г. Гак, А. И. Смирницкий).

Для решения поставленных задач в работе также использовались следующие частные методы:

- метод непосредственного лингвистического наблюдения и описания;
- контекстуальный анализ (для уточнения семантики полисемантических и омонимичных лексем);
- метод сопоставительного анализа;
- метод словарных дефиниций (для анализа семантической структуры аллофронных элементов).

На защиту выносятся следующие основные положения:

1. Аллофрония – естественное явление, проявляющееся в профессиональном журнальном дискурсе.
2. Сферы, представленные в нефтегазовом журнальном дискурсе и подвергаемые анализу с точки зрения наличия аллофронии, охватывают широкий диапазон явлений, демонстрируют открытость и связанность нефтегазовой сферы с культурой, политикой, экономикой и др.

3. Аллофрония наиболее широко представлена в таких жанрах профессионального отраслевого журнального дискурса, как заголовки и рекламные материалы.

4. Наиболее частотным проявлением аллофронии в рассматриваемом дискурсе является метафора в широком смысле.

5. Сопоставление аллофронии в русском и английском языках позволяет определить особенности ее репрезентации в различных языках, выявить культурную специфику функционирования, ее универсальные и уникальные черты.

Теоретическая значимость исследования заключается в необходимости теоретического осмысления аллофронии, в дальнейшем развитии теории аллофронии как неотъемлемого компонента языка и речи, а также в выявлении особенностей функционирования аллофронии в английском и русском языках. Полученные результаты существенны для исследования языка научно-технических, отраслевых и профессиональных журналов.

Практическая значимость данного исследования состоит в том, что полученные результаты применимы в практике преподавания английского языка, в теоретических курсах и на семинарских занятиях по сопоставительной лингвистике, общему языкознанию, стилистике, интерпретации текста, языку рекламы.

Материал исследования прошел апробацию на заседаниях кафедр иностранного языка и кафедры общего языкознания Башкирского государственного педагогического университета имени М. Акмуллы (22 октября 2010г.), на международной конференции молодых ученых «Актуальные проблемы науки и техники» (3 декабря 2009г.). По проблематике исследования опубликовано 7 статей в сборниках научных работ.

Структура диссертации обусловлена основными задачами исследования. Диссертация состоит из введения, четырех глав, заключения и библиографического списка.

Основное содержание работы

Во **введении** дается общая характеристика работы: обосновывается ее актуальность и научная новизна, формулируется гипотеза исследования, определяются цели и задачи исследования, рассматриваются основные методы его проведения, а также представлены основные положения работы, ее теоретическая и практическая значимость.

В **первой главе** «Аллофрония в журнальном дискурсе как лингвистический феномен» исследуется теория аллофронии в метафизическом аспекте (§1), теория аллофронии в собственно лингвистическом аспекте (§2), а также дискурс нефтегазового журнала с

точки зрения функционирования в нем системы аллоффонических элементов (§3).

Онтологической основой аллофонии является категория противоречия. Восприятие и категоризация человеком действительности посредством полюсных элементов в их взаимодействии является свойством человеческого мышления, поэтому противоречие – это базовая категория философии, являющаяся неотъемлемой частью человеческого сознания. Философский словарь определяет противоречие как «процесс взаимодействия противоположностей».

На протяжении всей истории человечества противоречие находилось в центре внимания важнейших философских и научных школ и отдельных мыслителей и ученых (древние восточные школы философии, античные мыслители, религиозная философия и философия Просвещения, классическая и новейшая философия и др.).

В связи с этим, на сегодняшний день теория противоречия является одной из наиболее глубоко разработанных научных теорий. Начиная с Гераклита, Платона, Аристотеля, Нагарджуны, на протяжении тысячелетий огромное внимание проблеме противоречий уделяли самые видные философы и логики: Ф. Аквинский, Ж. Буридан, Н. Кузанский, Дж. Бруно, И. Кант, И. Фихте, Ф. Шеллинг, Г. Гегель, А. Шопенгауэр и многие другие. Тем не менее, изучение противоречий и способов их репрезентации, в частности в системе языка, продолжает оставаться предметом исследования как философии (Н. А. Васильев, П. Флоренский, Ф. Бредли, Р. Гвардини, К. Поппер, И. Барель, А. Уайлден и др.), так и лингвистики (В. фон Гумбольдт, Ф. де Соссюр, М. Вольф, В. Г. Колшанский, Б. А. Серебренников, Л. М. Васильев, Б. Т. Ганеев и др.).

Еще В. фон Гумбольдт предлагал теорию антиномий, где противопоставлял говорящего и слушающего, одиночное и целое и т.д. В свою очередь, Ф. де Соссюр выделял тождество и различия в языке, язык и речь, изменчивость и неизменчивость знака. Б. А. Серебренников рассматривает развитие языка как постоянный процесс преодоления противоречий в языке, при этом считает возможным существование языка с непреодоленным противоречием.

Противоречие в языке и речи подробно исследуется в работах Б. Т. Ганеева. Разграничивая язык и речь, он утверждает, что в языке-коде как статической системе, речевые противоречия, будучи явлениями динамическими, отсутствуют, но присутствуют потенциальные языковые противоречия. Речь как реализованный, актуализированный язык – явление динамическое, в связи с чем она содержит большое количество противоречий, отличающихся от логических противоречий языка.

Таким образом, объективное исследование любого дискурса невозможно без анализа речевых и языковых противоречий, пронизывающих данный дискурс.

Следует отметить еще одну особенность противоречия, связанную с особенностями его функционирования в дискурсе. Несмотря на то, что противоречие является логическим абсурдом, оно, тем не менее, является понятным реципиентам в контексте ситуации. Это, на наш взгляд, обусловлено несколькими факторами. Во-первых, когнитивная схема противоречия заложена в сознании человека и коллектива в целом и предполагает саму возможность возникновения противоречия. Во-вторых, вербальная форма фиксации противоречий как один из способов их осмысления и сохранения в когнитивном опыте человечества, особые языковые средства, подготавливают социализированную личность (усвоившую культурный опыт общества) к восприятию новых противоречий. В-третьих, в дискурсе «включается» ситуативный контекст, также позволяющий распознавать противоречие и воспринимать его в соответствующих условиях общения.

Теория аллофронии и ортофронии, на которой основывается наше исследование, подробно разрабатывается в трудах Б.Т. Ганеева, всесторонне исследовавшего реализацию противоречия на всех языковых уровнях.

Так, Б.Т. Ганеев считает, что в языке сосуществуют элементы двух типов: логически нормативные элементы, являющиеся основой устойчивости языка, и логические аномалии, обеспечивающие развитие языка. Данное утверждение позволяет сделать вывод о двух разновидностях языка – логической и алогичной. Каждая из этих разновидностей выполняет свои функции, а также взаимодействует со своей противоположностью.

Б.Т. Ганеев предлагает следующие термины для обозначения данных разновидностей языка и речи:

1) **Ортофрония**: термин строится на базе греческих морфем «правильно» и «думать, чувствовать», соответственно, ортофрония – истинная, логическая разновидность языка.

2) **Аллофрония**: термин также строится на базе греческих морфем «другой» и «думать, чувствовать», то есть аллофрония – иносказательная, алогичная разновидность языка.

Как уже отмечалось, данные разновидности языка и речи не существуют изолированно, а постоянно взаимодействуют. Согласно выдвигаемой теории, ортофронная речь в чистом виде практически не встречается, особенно если рассматривать язык в диахроническом аспекте, т.е. любая ортофрония содержит аллофронные элементы, тогда как аллофрония всегда базируется на ортофронии.

Аллофония занимает существенное место также и в речи говорящих. Б.Т. Ганеев выделяет основные аспекты речевой аллофонии, которые одновременно представляют собой средства аллофонии, так как стороны, открытые внешнему миру, одновременно служат и для связи объекта с миром. Этих аспектов четыре: 1) ложь, 2) метафора (речевая, окказиональная), 3) ирония, 4) парадокс (высказывание).

Анализ аллофонических элементов приводит к необходимости классификации проявлений аллофонии. Таким образом, с точки зрения характера проявления аллофонных элементов в речи, аллофония подразделяется нами на три вида:

1) **интериоризованная аллофония** – скрытая аллофония, выявление которой возможно в специальных исследовательских целях с учетом этимологических, экстралингвистических и т.д. факторов, например, анализ стертых метафор с целью реконструкции языковой картины мира;

2) **интериоризованно-экстериоризованная аллофония** – промежуточный тип аллофонии, поскольку аллофония бессознательно, неявно может осознаваться реципиентом; примером могут служить переосмысленные цитаты: рекламный лозунг «Время не деньги» (переосмысленная поговорка «Время – деньги»), в которых реципиент осознает имплицитную ссылку на прецедентный текст;

3) **экстериоризованная аллофония** – явная аллофония, осознаваемая коммуникантами как таковая. Главным образом представлена специальными языковыми приемами, такими, как ирония, парадокс и т.д.

В соответствии с уровнями языка выделяются виды аллофонии, проявляющиеся на разных языковых уровнях: 1) **грамматическая** аллофония; 2) **лексическая** аллофония; 3) **стилистическая** аллофония.

Дискурс нефтегазового журнала представляет собой полиморфное образование. Совокупность статей различных жанров позволяет характеризовать данный дискурс как многомерный, включающий элементы различных функциональных стилей. К числу стилей журнала такого типа относятся: научно-технический стиль, официально-деловой стиль и публицистический стиль, а также его особая разновидность, реализующаяся в рекламе. С точки зрения проявления аллофонии стилистическое многообразие нефтегазового журнала можно охарактеризовать в физических терминах как центробежную и центростремительную силы, т.е. стилистические элементы научно-технического и официально-делового стилей стремятся избежать аллофонии, тогда как публицистический стиль и его рекламная разновидность, напротив, направлены на функциональное использование аллофонии. Специфика аллофонии также обусловлена аналитической направленностью журналов нефтегазовой сферы.

Использование лексики, относящейся научно-техническому стилю, является особенностью стилового своеобразие нефтегазового журнала, обеспечивающего адекватное представление информации. Традиционные требования, предъявляемые к научно-техническому стилю - точность (однозначность), абстрактность, монологичность, логичность (последовательность изложения), лингвистические особенности (терминология, обобщенность морфологических форм, сложные предложения) – обуславливают стремление к отсутствию аллофронии, поскольку она «затемняет» смысл высказывания. Однако можно сказать, что внутри данного стиля аллофония имеет имплицитный характер, так как на сегодняшний день доказано, что большой процент нефтегазовых терминов как в русском, так и в английском языках образован метафорическими, метонимическими способами (А. К. Сулейманова, И. Р. Юнусова). Грамматическая аллофония также может быть характерна для научно-технического стиля.

Официально-деловой стиль так же, как и научно-технический, обладает чертами, противопоставляемыми аллофронии. Его стремление к устойчивости и замкнутости требует избегать любого словесного творчества, проявления индивидуальности, а также стилистически маркированных слов, что, в свою очередь, существенно сужает возможности аллофронной речи. Использование клише – стандартизированных оборотов – существенно облегчает восприятие информации. В то же время, как и в научно-техническом стиле, клише в официально-деловом стиле могут образовываться способами аллофронной речи и реализовать ее на уровне внутренней формы: «ставить вопрос», «по истечении срока» и др. Отметим, что объем элементов официально-делового стиля представлен в журналах незначительно, например, в постоянной рубрике «Статистика» или в разовых статьях, как например «Открытое письмо Президенту» (Нефтегазовая вертикаль, № 27-29, 2009) и др.

Следует отметить, что все же, несмотря на тематическую «ограниченность» специализированного журнала, его информационное поле существенно расширяется за счет смежных областей: экономики, политики, истории науки, географии и т.д. Этим обусловлено появлением в нефтегазовом дискурсе лексико-семантических групп, относящихся к перчисленным сферам. В свою очередь, этим определяется и распространение аллофронии в рамках дискурса.

Нельзя, однако, считать, что стилистическое пространство нефтегазового журнала занимает исключительно научно-технический стиль. В целях привлечения внимания, возбуждения интереса к сообщаемому журналисты стремятся «разбавить» строгую информацию и прибегают к использованию публицистического стиля. Реализация публицистического стиля в рамках нефтегазового журнала обладает некоторыми

особенностями. Так как в нефтегазовом дискурсе информативная функция превалирует над пропагандистской функцией, речевые средства в большинстве статей не имеют яркой эмоциональной окраски. Тон повествования, в основном, сдержанный, нейтральный. Очевидно отсутствие большого количества приемов цитаций, аллюзий, характерных для публицистического стиля, так как они усложняют текст, требуют включения работы определенной ассоциативной базы, отвлекая от основной цели – донесения серьезной профессиональной информации. Для оптимизации информативного воздействия в нефтегазовых журналах могут использоваться определенные стандарты – шаблоны презентации информации.

Примечательно, что в настоящее время все чаще в нефтегазовом дискурсе используется публицистический стиль, насыщенный аллофронными проявлениями, облегчающими процесс рецепции текста. При этом иногда публицистичность, на наш взгляд, носит явно маскулинный характер, что проявляется в использовании слов со сниженной и даже грубой стилистической окраской и образностью.

Реклама как сфера проявления аллофронии представляет особый интерес. Реклама в нефтегазовом дискурсе является одной из разновидностей рекламы как таковой. За исключением большинства собственно научных журналов, реклама прямо или косвенно представлена во всех нефтегазовых журналах. При этом важно отметить, что сама сущность рекламы аллофронична: продавец непрямым способом пытается продать свой товар, противопоставляя реально существующую и рекламируемую ситуации.

Таким образом, проанализировав сущность и особенности нефтегазового дискурса, можно сделать выводы о реализации в нем аллофронии. Кроме того, проявление аллофронии на нескольких уровнях языка в стилистических целях в рамках данного дискурса позволяет выявить аспекты ее функционирования:

1) аллофрония как способ звуковой организации текста (звуковое переосмысление) не является высокочастотным способом, используемым в дискурсе, что, на наш взгляд, обусловлено научно-техническим и официально-деловым стилями, определяющими тональность дискурса в целом;

2) графически выраженная аллофрония (вербальная форма письменной журнальной коммуникации) позволяет выражать аллофронию переносных смыслов графически: шрифты, цвет, специальные знаки и др.;

3) аллофрония как способ лексической организации (метафора, метонимия и т.д. являются неизбежными проявлениями аллофронии в различных целях);

4) аллофония как способ организации предложения (антитеза, риторический вопрос и т.д.) служит средством проявления публицистического стиля; используется в целях возбуждения и поддержания интереса реципиента;

5) аллофония как способ организации текста, рекламы (интервью – скрытая реклама) реализуется на глубинном уровне дискурсивного пространства журнала.

Во второй главе «Репрезентация аллофонии в русскоязычном нефтегазовом дискурсе» описываются метафорический сегмент аллофонии (§1) и другие способы репрезентации аллофонии (§2) на материале русскоязычных журналов нефтегазовой сферы.

Проведенный анализ аллофронных элементов позволил выявить и описать группы денотатов, наименования которых чаще всего подвергаются процессу метафоризации в рамках журнала, а также выявить смысловые области, из которых черпаются образы метафоризации. Были выявлены особенности неметафорической аллофронизации.

Рассмотрим подробнее некоторые сферы, которые чаще всего подвергаются аллофронным описаниям. Например, такой аллофронный элемент, как метафора, представлен 324 единицами (в данном анализе – 100%).

1. Компания, предприятие, завод (56 – 18%). Большинство описаний компаний содержат аллофронный элемент в антропоморфной языковой метафоре. *Уже более 15 лет российская нефтесервисная компания «ЭкоАрктика», занимающая лидирующую позицию на рынке промыски скважин в республике Коми, успешно предотвращает и решает подобные проблемы* (Нефтяной сервис, №4, 2008).

2. Аппараты, устройства, технологии (53 – 16%). Так же, как и компании, с помощью аллофонии описываются как объекты, выраженные родовыми наименованиями, так и объекты, представленные именами собственными. По нашим оценкам, цель аналогична – непрямая реклама. *С момента первого коммерческого использования в 2000г., скважинный трактор SmarTract™ заработал отличную репутацию среди компаний заказчиков* (Нефтегазовые технологии, № 5, 2006).

3. Страна, государство (40 – 12%). Данная смысловая сфера активно представлена в нефтегазовых журналах. Как нам кажется, государство и страна играют важную роль в нефтегазовом деле, и в связи с этим данные понятия аллофронически актуализируются в исследуемом дискурсе. *Как и раньше государство не склонно всерьез думать о долгосрочном развитии отрасли* (Нефтегазовая вертикаль, №9-10, 2006).

4. Бурение, скважины, нефть, газ, добыча, разработка, трубы (40 – 12%). Данная тематическая группа отражает непосредственное содержание нефтегазового дела. Однако по частотности аллофронических

элементов занимает четвертое место, что свидетельствует о двух фактах: 1) описание нефтегазового процесса стремится к ортофронической речи, поскольку должно отвечать требованию точности; 2) важнейшую роль в организации нефтегазового дела как ведущего направления государства играют политические, экономические, социальные и др. факторы. В данной группе ведущей метафорой также является антропоморфная метафора. Например, скважина аллофронически описывается как больной человек. *Все попытки «вылечить» эту скважину оказались безуспешными* (Нефть и газ Евразия, №11, 2006).

5. Экономика (31 – 9%). В современной России экономика тесно связана с нефтегазовой сферой, что способствует появлению значительного числа аллофронических единиц. Аллофронии активно подвергаются лексические единицы, обозначающие банковские процессы. *Однако разворачивающийся сейчас мировой финансовый и экономический кризис осложнил реализацию этих планов, бюджеты нефтегазовых компаний изрядно «похудели»* (Нефть и газ Евразия, №4, 2009).

6. Научные метафоры (24 – 7%). Количество научных метафор не так велико, что, возможно, связано со стремлением к точности в научной речи. Метафоры носят «стертый характер». Тем не менее, аллофронически представлены многие сферы человеческого знания, при этом химия, геофизика и геология играют ведущую роль. *Полимерные ралли: экспортные цены никогда не догонят внутренние* (Нефтегазовая вертикаль, №3, 2008).

7. Абстрактные метафоры (31 – 9%), в которых объектом метафоризации являются лексические единицы, называющие абстрактные понятия. В данном случае представлена аллофрония классического образца: абстрактные сущности метафоризируются посредством глаголов с конкретным значением. Этот процесс, называемый опредмечиванием, облегчает восприятие абстрактных сущностей носителями языка: *Удача выбирает упрямых* (Нефть и газ Евразия, №10, 2008).

Что касается таких сфер, как образование, пресса, строительство, экология, то они имеют менее частотный характер, вероятно, это связано с тем, что они не имеют прямого отношения к нефтегазовой области.

При анализе метафорических аллофронных единиц были установлены следующие метафоризирующие сферы, описанию каждой из которых отводится значительное место в работе:

- 1) человек 164 (57%),
- 2) социум 50 (17%),
- 3) природа 30 (10%).

Были выделены также неметафорические разновидности аллофронии, используемые для решения специальных задач журнального дискурса. В частности, для того, чтобы: а) подчеркнуть, актуализировать

отдельные свойства объекта, выделить их из общего ряда; б) представить объективную информацию, описывающую действительность как противоречивую и др.

Представим несколько частотных неметафорических средств аллофронии:

Парадокс. Парадокс в различных своих вариантах активно используется в нефтегазовом дискурсе. Выявленные нами парадоксы можно разделить на несколько видов:

1) Явные, экстерниоризованные парадоксы, где противоречие эксплицируется самим говорящим:

И опять парадокс: китайцы меняют велосипед на «роллс-ройс», а туманный Альбион пересаживается на общественный транспорт или вновь «открывает» для себя велосипед (Нефть и газ Евразия, № 11, 2008).

2) Скрытые, интериоризованные парадоксы, осознаваемые реципиентом только в процессе аналитического восприятия текста:

Чем сложнее условия, тем эффективнее решения. StatoilHydro (Нефть и газ Евразия, № 11, 2008).

3) Представлены и сжатые парадоксы – оксюмороны.

Пассивные активы (Нефтегазовая вертикаль, № 9-10, 2006).

Независимо зависимые (Нефть и капитал, № 4, 2008).

Антитеза. Противопоставление строится по классическим логическим оппозициям «большой – маленький», «молодой – старый», «новый – старый». Может служить для нарушения автоматизма восприятия.

Говорят, что все новое – это хорошо забытое старое. Мы думаем также, что все маленькое – это когда-то построенное большое (Нефть и газ Евразия, № 9, 2006).

Игра слов. Данный вид аллофронии активно представлен в журнальном дискурсе нефтегазовой сферы, так как позволяет создавать речевые образы, в которых приоритет отдается форме. В основном используется в рекламных слоганах, например, *Месторождение Вашей карьеры* (Нефть и капитал, №4, 2008). На лексическом уровне возможна игра омоформами – краткое прилагательное мужского рода совпадает с существительным в родительном падеже множественного числа, так рождается фраза: *Прав тот, у кого больше прав* (Нефтегазовая вертикаль № 9-10, 2005).

Аллюзия. Аллофроническая речь предполагает и наличие аллюзий, когда одна ситуация осмысливается через другую, известную в культурном опыте носителей языка.

Русские медведи среди лилипутов. После распада СССР Россия, не упускавшая случая припугнуть своих соседей из бывших союзных республик, неожиданно оказалась в положении жертвы, которую пытаются запугать, особенно когда дело касается транспортировки нефти и газа.

Она стала походить на Гулливера, пытающегося выбраться из сети, которой его опутали лилипуты (Нефть и газ Евразия, №2, 2006).

Гипербола. Противоречие между реальностью и ее выражением находит воплощение в таком приеме аллофронии, как гипербола. Доведение описываемой ситуации до крайнего состояния позволяет глубже осознать реальное положение дел, поскольку механизм гиперболизации также зафиксирован в ментальном тезаурусе носителей языка.

Позвонить в центр. Разыскать поставщиков. Отослать данные, снимки и видео. Одновременно. Мгновенная, компактная, широкополосная связь, работающая там, где еще никто не бывал (Нефть и капитал, №8, 2008).

В **третьей главе** «Репрезентация аллофронии в англоязычном нефтегазовом дискурсе» представлен анализ системы аллофронии, включающей высокочастотные метафорические (§1) и неметафорические (§2) элементы.

По нашим данным, метафоры представляют основной массив аллофронических элементов – 360 (80%), иные (неметафорические) средства – 90 (20%). Неметафорические средства, в свою очередь, представлены следующим образом: парадокс (7%), антитеза (3%), сравнение (3%), гипербола (2%), метонимия (1%), нарастание (1%), фразеология (1%), эвфемизм (1%), параллелизм (0,5%), ирония (0,25%), риторический вопрос (0,25%).

Избранный алгоритм анализа аллофронии в русскоязычном дискурсе сохраняется и при анализе англоязычного дискурса.

Анализ номинаций основных сфер нефтегазового дела, подвергающихся метафоризации в дискурсе журнала, показал, что в англоязычном журнале представлены следующие сферы:

Компания (63 - 23%)

Скважина, месторождение, нефть, газ, добыча, трубопровод (47 - 16%)

Инструмент, прибор (38 - 12%)

Экономика (37-11%)

Страна (30 - 8%)

Технология (30 - 8%)

Эти данные позволяют сделать вывод, что в нефтегазовом дискурсе англоязычных журналов основной интерес сфокусирован на профессионально ограниченной нефтегазовой тематике. Интерес к смежным проблемам экономики и страны выражен в меньшей степени.

При анализе метафорических аллофронных единиц были установлены следующие метафоризирующие сферы:

1) человек 207 (69%),

2) природа 78 (16%),

3) социум 75 (15%).

Метафоризирующая сфера «*Человек*» имеет несколько направлений аллофонии. Представим некоторые из них:

1) **Органы человека.** *The country had ratcheted up crude imports as well as refining rates to an all-time high in July, which is said to have left state-owned refiners Sinopec and PetroChina with swollen refined product inventories in the face of lackluster demand* («перед лицом далеко не блестящего спроса») (<http://www.oilandgaseurasia.com/>).

2) **Возраст** понимается как жизненный цикл, в противовес ортофоничному словосочетанию «срок эксплуатации»: *Nefteavtomatika: Mature company* («зрелая компания») *reveals the secret of youth* (Oil and Gas Eurasia, №4, 2009).

3) **Интеллект.** Разработка и применение все более и более инновационных продуктов требуют соответствующего начинке названия и описания, в связи с этим наблюдается использование метафор, которые строятся на скрытом сравнении неодушевленного высокотехнологичного предмета с умным (интеллектуальным) специалистом. Данная аллофоническая метафоризация частотна, что и демонстрирует журнальный дискурс нефтегазовой сферы. *Efforts at prolonging the recovery period from mature and brown fields have led to the introduction of intelligent or smart well technology. Intelligent technology* («умная технология») *utilizes a feedback loop system* (www.bakerhughes.com).

4) **Внешность.** Примером может служить выражение *thin client*: *To access the LiveWire service, a customer launches a web browser, connects to the LiveWire server, and then remotely emulates the processing and plotting of the real-time data through a "Thin Client"* («худой клиент») *(a remote access and control of a computer system over wide area network or the internet)* (www.bakerhughes.com).

Следует сказать, что метафорическая предикация сферы «*Человек*» также опирается на глаголы, характеризующие различные состояния и виды деятельности человека: эмоции, движение, речь, профессиональная деятельность и др. Шире всего представлены бытийные, ментальные предикаты и предикаты движения.

Сфера «*Природа*» представлена различными метафорами, относящимися к живой и неживой природе: зоо-, фито-, гео- и др. метафоры.

Международная компания сравнивается с хищной птицей *A job for global hawk* («глобальный ястреб») (Oil and Gas journal, №6, 2009).

К метафорам неживой природы можно отнести аква-метафоры, аллофонически воспроизводящие идею воды и связанные с ней процессы. Самый незначительный объем информации сравнивается с каплей, оборот доходов (средств) – с потоком, тендер (конкурс) аллофонически описывается через «прозрачность».

Get every last drop of information («каждая последняя капля») *out of your geophysical data* (Oil and Gas journal, № 12, 2006).

Сфера «Социум» также является важнейшим источником аллофронических образов. Лексика из различных сфер общественной деятельности представлена в аллофроническом употреблении в нефтегазовой сфере.

Военная метафора является одной из частотных метафор, т.к. она ярко описывает различные действия агрессивного характера:

Many also think that deteriorating economic conditions will temper energy and environmental policy changes, at least in the near term. But they're also preparing for some major battles with environmental organizations and lawmakers («сражения с экологическими организациями и законодателями») *determined to quickly move away from fossil fuels* (Oil and Gas journal, №2, 2009).

"TNK-BP is stepping up its contribution to combating climate change through active work to utilize associated petroleum gas and enhanced energy efficiency in every aspect of our operations." (<http://www.oilandgaseurasia.com/>).

Представлены и другие формы социальной деятельности, например, спорт, искусство и т.д.

Метафора искусства связана с утонченной сферой, слабо представленной в дискурсе нефтегазового журнала, поэтому элементы аллофронии исходят только из такой сферы массового искусства, как телевизионное шоу, и в целом не типичны для нефтегазовой сферы, но случаи их употребления имеются, например: *The measure immediately drew applause* («эта мера вызвала аплодисменты») *from environmental and other organizations, and fire from oil and gas associations and other business groups. It also provided a basis for the Senate to begin serious work in the next few weeks to create a final bill, which probably will have to go to conference* (<http://www.oilandgaseurasia.com/>).

Таким образом, аллофроническое описание нефтегазовой сферы осуществляется с помощью наиболее близких и знакомых человеку сфер.

В англоязычных нефтегазовых журналах также представлены и другие неметафорические средства репрезентации аллофронии:

Парадокс. Парадокс в различных своих вариантах активно используется в журнальном дискурсе, чтобы привлечь внимание, заинтриговать читателя.

Happy New Year? Rely on it. ABBY reliability services. In this economy, good may not be good enough («хорошее может быть недостаточно хорошим») (Oil and Gas journal, № 6, 2009).

It's all designed to help you manage potential noise problems before they arise («решать потенциальные проблемы с шумом до того, как они

возникнут»), *keeping your project on budget and on time* (Oil and Gas journal, № 6, 2009).

Эвфемизм. Так как политика и нефтегазовая сфера неразрывно связаны, в журнальном нефтегазовом дискурсе встречаются элементы, позволяющие смягчать номинацию и проявлять толерантность, особенно в спорных и конфликтных ситуациях. Так, отсталые страны политически корректно называются «третьими странами».

The parties agreed on setting up a joint venture to control operations in Iran, Russia and the “third countries” («третьи страны») *according to a press release* (Oil and Gas Eurasia, №7, 2008).

Пословицы, поговорки, фразеологизмы являются ярким проявлением аллофронии. Словарь английского языка Уэбстера (1913), кроме основного определения, отмечает, что пословица – это «поразительное или парадоксальное утверждение».

All's well that ends well. («Все хорошо, что хорошо кончается») *Sulzer Chemtech* (Oil and Gas journal, Feb21, 2005).

Outsourcing – your ace in the hole («Обеспечивать нужды через другие фирмы – туз втемную», т.е. козырь про запас) (Oil and Gas journal, № 3, 2007).

Ирония. Данная разновидность, будучи наиболее ярким выразителем свойств аллофронической речи, представляет утверждение, обратное по смыслу существующему положению вещей. Ирония имеет невысокую частотность в текстах нефтегазовых журналов, утверждения чаще всего носят полуироничный характер.

Don't settle for a pump-and-hope fracture treatment. («Не довольствуйтесь накачиванием на авось») *To learn more about Halliburton's pinpoint stimulation technologies, contact your representative* (Oil and Gas Eurasia, № 3, 2008).

В четвертой главе «Сопоставительный анализ элементов аллофронии в русском и английском журнальных дискурсах» представлены результаты сопоставления аллофронных элементов в русскоязычных и англоязычных журналах нефтегазовой сферы.

Сферы, задействованные в качестве источников объектов в процессе метафоризации в двух дискурсах, представлены в таблице 1.

Таблица 1

Метафоризируемые лексемы				
1	2	3	4	5
№/№	Русский язык	%	Английский язык	%
1	Компания, предприятие	23	Компания	23
2	Аппараты, устройства,	16	Нефть, газ, скважины,	16

	технологии		бурение, добыча	
3	Страна, государство	13	Инструмент, прибор	12
4	Нефть, газ, скважины, бурение, добыча	13	Экономика	11
5	Экономика	10	Страна	8
6	Абстрактные (испытания; удача)	10	Технология	8
7	Науки (химия, физика)	7	Программа, приложение	7
8	Отрасль, промышленность	4	Окружающая среда	4
9	Образование	3	Система	4
10	Пресса	3	Науки	4
11	Строительство	1	Пресса, телевидение	2
12	Инженерия	1	Информация	1
13	Экология	1		

Согласно таблице и в русском, и в английском журнальном дискурсе нефтегазовая сфера не является доминантной. Преобладает сфера «компания», то есть частный бизнес, что связано с особенностями развития отрасли.

Вторая по частотности сфера в русском языке – «аппараты, устройства, технологии». В английском языке – сфера «скважина, месторождение, нефть, газ, добыча», непосредственно связанная с нефтегазовой темой.

Третья по объему сфера в русском языке – «государство». В английском языке – «инструмент, прибор», что демонстрирует более значимую роль государства в нефтегазовой сфере в России, нежели в США. В английском языке данная сфера занимает лишь пятое место, это связано с индивидуальными историческими особенностями развития экономики государств.

Общая картина позволяет увидеть, что в русскоязычном дискурсе такие обширные смежные сферы, как экономика и государство, задействованы, с точки зрения реализации аллофронии, в большей степени, тогда как в англоязычном дискурсе аллофронии чаще подвергаются узкие, специальные понятия. В качестве частного вывода можно отметить, что, например, английская группа «экология, окружающая среда» превосходит по значимости аналогичную русскую в четыре раза. Возможно, это является следствием недостаточно бережного отношения к природе в России по сравнению с Америкой.

Нижневартовские нефтяники внедряют зеленые технологии (<http://www.oilandgaseurasia.ru/news/p/0/news/8490/>).

How green is your footprint («Насколько зелен след вашей ноги») (World Oil, №11, 2007).

Метафоризирующими сферами в обоих языках являются «*природа*», «*человек*», «*социум*», причем наибольшее количество аллофронных элементов относится к сфере «человек» как в русском, так и в английском языке. В русском языке сфера «природа» почти в два раза меньше по объему, чем сфера «социум» (разница 6%). В английском эти сферы примерно равнозначны (разница составляет 1%).

Таблица 2

№/№	Сфера	Соотношение (количество)	
		в русском языке	в английском языке
1	Человек и артефакт	58% (196)	69% (207)
2	Социум	24% (82)	15% (75)
3	Природа	18% (62)	16% (78)
	Итого	100% (340)	100% (360)

Иные средства репрезентации аллофронии хотя и не так частотны, как метафора (ввиду того, что исследуемый дискурс тяготеет к информативному, неэмоциональному, сухому и точному способу передачи информации), но всё же играют свою яркую роль. Выявленные аллофронные элементы, в основном, приблизительно совпадают по частотности в обоих языках. Наиболее частотными являются: парадокс, переосмысленные прецедентные тексты, антитеза, эвфемизм. Гипербола и метонимия встречаются реже. Риторический вопрос, ирония, аллюзия и поговорки не являются частотными.

В заключении диссертации делаются выводы по проделанной работе и намечаются перспективы исследования данной темы.

Статьи в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК:

1. Хатмуллина, Р. С. Композиция и форма рекламного текста как лингво-прагматический аспект сообщения [Текст] / Р. С. Хатмуллина // Искусство и образование. – 2008. – №11. – С.162-167.
2. Хатмуллина, Р. С. Особенности печатного рекламного текста как единицы коммуникации [Текст] / Р. С. Хатмуллина // Вестник БГУ. – 2009. – №3. – С. 844-847.

Статьи и материалы докладов в сборниках научных трудов:

3. Хатмуллина, Р. С. Терминология как специфическая часть лексической системы языка [Текст] / Р. С. Хатмуллина // Актуальные

проблемы методики преподавания иностранных языков. – Уфа: изд-во БГПУ. – 2008. – С.83-86.

4. Хатмуллина, Р. С. Структура рекламного текста [Текст] / Р. С. Хатмуллина // Вопросы обучения иностранным языкам: методика, лингвистика, психология – Уфа. – 2008. – С.113-116.

5. Хатмуллина, Р. С. Аллофония в текстах научно-технической рекламы [Текст] / Р. С. Хатмуллина // Актуальные проблемы науки и техники: Сборник трудов I Всероссийской конференции молодых ученых. – Уфа: УГНТУ. – 2009. – С.177-179.

6. Хатмуллина, Р. С. Вербальные средства манипулятивного воздействия в рекламном тексте. [Текст] / Р. С. Хатмуллина // Иностранный язык как предмет преподавания и исследования. Сборник методических и научных исследований. Выпуск 2. – Уфа: изд-во БГПУ. – 2010. – С. 76-81.

7. Хатмуллина, Р. С. Аллофония в русском нефтегазовом дискурсе [Текст] / Р. С. Хатмуллина // Актуальные проблемы науки и техники: Сборник трудов II Всероссийской конференции молодых ученых. – Уфа: УГНТУ. – 2010. – С.213-217.

ХАТМУЛЛИНА Римма Салаватовна

**АЛЛОФРОНИЯ В РУССКОМ
И АНГЛИЙСКОМ ДИСКУРСЕ
ОТРАСЛЕВОГО ЖУРНАЛА
(ПЕРИОДИКА НЕФТЕГАЗОВОЙ СФЕРЫ)**

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

*Лицензия на издательскую деятельность
ЛР № 021319 от 05.01.99 г.*

Подписано в печать 07.02.2011 г. Формат 60х84/16.
Усл. печ. л. 1,26 Уч.-изд. л. 1,39.
Тираж 100 экз. Заказ 63.

*Редакционно-издательский центр
Башкирского государственного университета
450074, РБ, г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32.*

*Отпечатано на множительном участке
Башкирского государственного университета
450074, РБ, г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32.*

